

(上接C3版)

1) 增值电信业务服务毛利率比较分析

公司的增值电信业务与立讯技术、人民网可比业务的毛利率比较情况如下:

公司名称	2021年	2020年	2019年
立讯技术-运营商增值服务业务	28.39%	25.72%	55.12%
人民网-移动互联网业务	47.44%	47.03%	51.32%
平均毛利率	37.91%	36.38%	50.36%
挖金客	50.53%	47.14%	42.91%

报告期内,公司的增值电信业务服务毛利率水平呈逐年上升态势,且高于可比公司平均毛利率水平,主要是由深耕增值电信业务服务行业多年,积累了丰富的优质供应商渠道资源,盈利能力不断增强,具有一定优势。

2) 移动信息化业务服务毛利率比较分析

公司的移动信息化服务与梦网科技、吴通控股可比业务的毛利率比较情况如下:

公司名称	2021年	2020年	2019年
梦网科技-云通信服务	14.37%	15.54%	18.06%
吴通控股-移动通信服务	9.19%	9.88%	18.34%
平均毛利率	11.78%	12.71%	18.20%
挖金客-移动信息化服务	14.23%	14.92%	21.20%

报告期内,公司移动信息化服务毛利率高于可比公司平均毛利率。主要是由于随着移动信息业务的不断发展,发行人不断与优质的渠道资源建立合作,积累了丰富的供应商资源,并稳定服务于各大型客户。虽然2019年以来,由于运营商提高短彩价格,行业整体毛利率水平近年出现下降趋势,但公司凭借运营经验,通过预付短彩采购款等锁定了部分短彩采购价格,因此短彩采购价格提高对公司此项业务成本的影响相对较小。综上,在移动信息化领域,公司具备较强的运营优势、资源优势和技术优势,公司在同行业上市公司中具有较明显的竞争力。

(4) 发行人可比公司研发费用率与上市公司具体对比情况如下表所示:

公司名称	2021年	2020年	2019年
立讯技术	4.06%	3.38%	3.40%
高邮金汇	2.56%	2.85%	4.36%
人民网	3.96%	2.06%	2.28%
梦网科技	4.47%	3.54%	4.21%
吴通控股	2.69%	2.88%	3.55%
平均值	3.55%	2.94%	3.56%
挖金客	3.35%	2.46%	3.27%

报告期内,发行人研发费用率与可比上市公司平均水平接近,不存在明显差异。

发行人自成立以来,一直注重核心技术的研发及产品服务的创新,建立了全面、高效的科技创新体系。截至报告期末,发行人研发人员占员工总数已超过50%。经过多年积累,发行人研发了多项具有自主知识产权的核心技术,各类主营业务的日常运营亦是借助多种算法的自有业务平台,借助自主研发的智能化工具进行业务处理。系统智能化处理的业务模式使公司日常工作实施脱离了人工操作环节,亦获得了客户对于发行人平台服务的认可。

4. 发行人各项业务的市场地位

(1) 增值电信业务

发行人主要从事的增值电信业务为话费结算业务,信息交互类、语音助手业务,上述业务均属于电信运营商开展增值电信业务的具体产品,三大运营商是增值电信业务的运营主体,增值电信业务已开展多年,产业链各环节的参与者众多,业务模式及合规管理相对成熟。以中国移动为例,除语音、流量、宽带等传统业务之外,应用与信息类业务的发展,收入从2017年的607亿港元上升到2021年的1,010.38亿港元,复合年增长率为18.51%,应用与信息类业务收入占其营业收入的比例也从2017年的8.2%上升到2020年的13.15%。增值电信业务整体市场规模可观。

发行人上述增值电信业务围绕中国移动江苏基地展开。目前中国移动江苏基地信息交互类业务供应商约200家,按照中国移动升级管理标准,其中约40家业务级别的供应商是发行人的主要竞争对手。目前中国移动江苏基地话费结算业务的其他供应商近10家,是发行人的主要竞争对手。在中国移动江苏基地的甲方考核中,发行入是2018年第三季度以来唯一连续四个季度均被评为A级的供应商。

(2) 移动信息化业务

近年来,移动信息化业务规模持续上升。2010年以来,我国企业短信业务总量呈现上升趋势,除2014年因垃圾短信整治活动出现下滑外,其他年份均实现同比增长,2017年企业短信的业务总量为5,322亿条,较2016年增长11.57%。同时,在移动信息业务的拉动下,2018年我国移动短彩业务总量止跌回升,同比增长14%,2019年和2020年,我国移动短彩业务总量同比增长37.50%和18.10%,增速进一步加快。2021年全年,全国移动短彩业务总量达到12.176亿条。未来,移动信息业务将在企业的易开展和客户业务中扮演越来越重要的角色,加之其与新经济业态的不断融合渗透,预计移动信息业务的规模将继续保持增长态势。

报告期内,发行人移动信息化业务销售短信及市场占有率情况如下:

项目	2021年	2020年	2019年
销售数量(亿条)	171.81	135.03	36.53
中国移动信息化短彩业务总量(亿条)	12,176.00	12,299.90	10,414.00
市场占有率	1.41%	1.10%	0.35%

移动信息化行业客户群体广泛,同行业竞争的企业较多,市场份额相对分散。报告期内,公司通过较强的研发能力、丰富的运营经验、良好的服务品质和商业信誉,已与腾讯网、国家电网、唯思信息、携程、途马去哪儿网、金山云、百度地图等众多优质大型企业在移动信息化领域建立了深入合作关系,销售短信占中国移动信息化短彩业务总量有所提升。公司已成为行业内具有良好口碑的移动信息服务提供商,具有较强的竞争力。

(3) 移动营销业务

发行人通过与车云网、电动车报、新华社公众号等媒体平台合作,积累了优质的媒体广告资源,并形成了一定的业务壁垒,公司在移动营销领域具有一定的行业地位。

5. 发行人的竞争优势

(1) 良好的创新能力和坚实的技术储备

公司注重以技术创新驱动业务发展,不断迭代升级核心技术,经过多年的探索和积累,公司形成了以大数据处理分析、机器学习、人工智能、云计算、大数据和相应一系列核心技术成果。截至2021年末,公司已拥有106项计算机软件著作权,覆盖了公司业务的各个环节,提高了业务运营效率,满足了客户的服务需求。截至2021年末,公司研发人员占员工总数比例已超过50%。

其中,大数据分析技术体系,在发行人的增值电信业务领域通过对各类业务实施形成的海量数据及其运营分析,为公司调整运营策略和资源安排决策提供依据,使得运营增值电信业务保持较高的转化率,提高了客户粘性;在发行人的移动信息化服务领域,使得公司移动信息化服务已实现毫秒级的实时信息处理能力,处理能力强;每日最大短信处理能力>100亿条,每天最大短信处理能力>5亿条,每秒最大短信处理能力>10,000条,并保证95%以上的送达率,毫秒级延迟和99.99%的高保率,能够满足各类客户高效、高保障性的业务需求。

机器智能运算技术体系,在发行人的增值电信业务领域中,通过对业务进行多个维度的监控与预警,使得增值电信业务整体可用率提升至99.99%,公司业务故障率和综合运营成本显著下降,并避免业务运行中断事故;在发行人的移动信息化服务领域中,能够实现智能化信息推送的实时监控和具体情况,对数据传输和信息监控进行快速、准确的智能处理保障了移动信息服务的及时性、安全性、稳定性和准确性,是公司核心技术保障移动信息服务的技术基础。

发行人的上述两大技术体系及其他核心技术已通过持续的研发创新为各大型大型企业客户不断创造价值。

(2) 优质大客户关系

凭借较强的研发能力、丰富的运营经验、良好的服务品质和商业信誉,发行人与众多优质大型客户建立了深入合作关系。增值电信业务领域,自2014年建立合作关系以来,发行人与中国移动一直保持稳定的互惠合作关系,双方合作紧密;移动信息化服务领域,发行人与腾讯网、国家电网、唯思信息、携程、途马去哪儿网、金山云、百度地图等大型客户建立了合作关系;在移动营销服务领域,发行入已与车云网、电动车报、新华社公众号等头部媒体平台,积累了优质的媒体广告资源,并陆续与电信运营商及大型企业客户等建立合作,不断获取新的利润增长点。

大型客户出于业务稳定性和规范性等方面的考虑,通常会比较谨慎地选择和发展合作伙,在发行人资质、服务能力、行业经验、技术水、业务资源等方面与合作方进行严格要求,且一旦形成较为稳定的合作关系后不会轻易更换。发行人已形成了优质大客户关系网络,不仅促进了发行人业务规模的扩张,更为发行人的服务能力建立了良好的口碑,利于发行人持续获得更多优质客户资源。



(3) 满足大型企业客户复杂需求的综合服务能力

移动互联网应用技术和信息服务行业是集技术、运营、营销等多方面于一体的现代服务行业,从业者不仅需要具备一定的通信技术和信息技术水平,对客户的运营方式、管理体制和所在细分行业的商业模式等也需具备一定的理解。同时,大型企业客户具有经营规模较大、业务发展较快的特点,对服务提供商的服务能力要求较高。大型企业对移动互联网应用技术和信息服务提供商的要求主要包括以下方面:

1) 高标准技术要求

发行人主营业务的实施涉及移动支付、身份验证、信息提醒等大量关键数据的处理与传输,发行人的业务系统与运营方需满足客户对于数据安全性的要求(例如不可出现信息篡改或传输错误);方案稳定性(例如系统可用率须达到99.99%以上);信息及时性(例如毫秒级延迟)等方面高标准的技术要求。此外,大型企业客户一般业务规模较大,这对服务商的系统承载能力和海量数据处理能力也提出了较高要求。

2) 合规运营要求

增值电信业务、移动信息化业务和移动营销业务的日常开展受工信部等监管机构监管,发行人的业务系统需与运营方具备监管规则的基础上,设计合理的业务系统对数据传输进行实时监控与检测,满足特定行业的法规、监管、安全等要求,防止数据消费者投诉、违规内容发送等事项,保障客户业务的合规运行。

3) 定制化服务要求

由于各大型企业需求服务、技术需求、业务模式、管理体制等方面均有差异,服务商需要根据客户的实际场景需求,提供综合解决方案和定制化服务。发行人一直秉持“客户为先”的理念,将客户需求分析作为产品研发和服务提供的第一步。发行人深耕用户需求,秉持客户快速定制、贴身运营服务的理念,不断推出适合大型企业客户需求的解决方案,通过差异化、定制化的服务为客户提高运营效率,创造更多价值。

4) 数据安全要求

增值电信业务、移动信息化业务和移动营销业务的日常开展受工信部等监管机构监管,发行人的业务系统需与运营方具备监管规则的基础上,设计合理的业务系统对数据传输进行实时监控与检测,满足特定行业的法规、监管、安全等要求,防止数据消费者投诉、违规内容发送等事项,保障客户业务的合规运行。

5) 信息安全要求

增值电信业务、移动信息化业务和移动营销业务的日常开展受工信部等监管机构监管,发行人的业务系统需与运营方具备监管规则的基础上,设计合理的业务系统对数据传输进行实时监控与检测,满足特定行业的法规、监管、安全等要求,防止数据消费者投诉、违规内容发送等事项,保障客户业务的合规运行。

6) 运营效率要求

增值电信业务、移动信息化业务和移动营销业务的日常开展受工信部等监管机构监管,发行人的业务系统需与运营方具备监管规则的基础上,设计合理的业务系统对数据传输进行实时监控与检测,满足特定行业的法规、监管、安全等要求,防止数据消费者投诉、违规内容发送等事项,保障客户业务的合规运行。

针对其新的服务需求快速响应、高效执行。此外,发行人具备为大型企业客户提供技术支持、运营服务、营销推广等一站式服务的能力。高效、定制化、一站式的综合服务支持,使得发行入可以深度契合各行业大型企业客户业务,为发行人业务的稳步开拓奠定了基础。

(4) 专业的管理团队

发行人拥有洞察力强、执行力强的核心管理团队。为发行人快速发展和提供保障,发行人管理团队具有丰富的业务运营、客户拓展、战略规划、团队管理等丰富经验,主要负责人员具备丰富的互联网行业工作经历和深刻的行业认识,核心管理团队多年积累的行业经验和产业资源使发行人能快速捕捉市场机遇、应对市场竞争、在激烈的行业竞争中保持较高的运营效率。

6. 发行人所属行业市场空间及发展前景

(1) 移动互联网的发展为移动互联网应用技术和信息服务领域创造了新的成长空间

2021年,移动互联网接入流量消费达2,216.6G,比2020年增长33.9%,2021年移动支付互联网接入用户均流量(DOU)达13.36G/月/户,比上年同比增长29.2%。



数据来源:工信部,2013年至2021年《通信业统计公报》

移动互联网的蓬勃发展,带动了相关行业企业对移动互联网应用技术和信息服务的需求。

增值电信业务领域,电信运营商在移动互联网产业高速发展的大背景下主动拥抱“互联网+”,各大电信运营商均设立了语音、动画、阅读、游戏等业务基地,增值电信服务的经营模式向互联网模式转变;移动互联网业务,随着移动互联网和电子商务的广泛应用,以及国家对实名认证的要求,各行业对用户使用便捷、提升体验、信息确认等服务产生大量需求,企业短信的应用场景不断增加;移动营销领域,随着移动互联网生态日益丰富,移动互联网的发展使移动营销更为智能和高效,移动互联网生态的打通为移动营销提供了更加便捷、个性化的服务,移动互联网生态的打通为移动营销提供了更加便捷、个性化的服务,移动互联网生态的打通为移动营销提供了更加便捷、个性化的服务。

云计算、大数据、5G、人工智能等技术的到来,移动互联网在智能电视、游戏娱乐、智慧金融等场景领域得到广泛应用,且产品更新换代周期缩短,移动互联网相关行业的未来市场规模仍将迎来增长,为顺应行业快速发展,把握移动互联网带来的机遇,相关行业企业都需要更大规模、更敏捷的业务,更优质的移动营销应用技术和信息服务业务作为业务发展的支撑。移动互联网应用技术和信息服务行业细分市场发展前景广阔。

(2) 软件和信息技术服务行业所在细分行业的发展情况

近年来,我国软件和信息技术服务行业总体保持较快发展,产业规模持续提升,盈利能力稳步提升。全行业正在形成具有实力的企业和充满活力的中小企业协同发展的良好局面。根据工信部发布的数据,2013年至2021年,我国软件和信息技术服务行业的业务收入从3,058.7亿元增至94,994亿元,实现利润总额从3,831.2亿元增至11,875亿元,收入规模和盈利能力均呈现稳步提升的态势。

2013年-2021年我国软件和信息技术服务行业收入规模和增长

年份	收入(亿元)	收入增长率
2013	3,058.7	23.40%
2014	3,795.6	21.10%
2015	4,720.6	15.70%
2016	5,787.1	12.60%
2017	7,211.8	14.20%
2018	9,104.4	12.40%
2019	11,514.2	16.40%
2020	14,465.9	13.20%
2021	20,232.8	17.00%

数据来源:工信部,2013年至2021年《软件和信息技术服务行业统计公报》

公司作为移动互联网应用技术和信息服务提供商,主要业务属于软件和信息技术服务行业的以下细分行业:

1) 增值电信行业发展情况

① 增值电信业务内容及展现方式日益丰富

电信行业发展进入21世纪以后,增值电信业务同传统的基础电信业务一样,成为电信运营的重要组成部分和手机用户的核心需求。

② 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

③ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

④ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑤ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑥ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑦ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑧ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑨ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑩ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑪ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑫ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑬ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑭ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

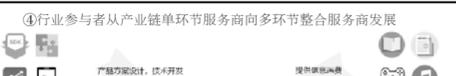
⑮ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑯ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑰ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑱ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。

⑳ 增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。增值电信业务在发展初期受限于移动通信技术限制,业务种类增长迅速。



增值电信业务产业链主要参与者包括电信运营商、服务提供商(SP)、内容提供商(CP)和最终用户。电信运营商在产业链中处于核心地位,通过在移动基地平台上提供增值电信业务或提供话费结算渠道直接向终端用户。移动基地平台不仅需要内容提供商(CP)源源不断提供精彩内容,同时也需要服务提供商(SP)围绕平台各类业务提供一体化的运营支撑及营销推广等服务。

随着增值电信业务产业链的演进,内容提供商到终端用户之间的产业链环节逐渐细化,从产业链最上游的内容生产到终端用户消费,一般需要经过服务提供商生产运营、营销推广、计费支付等诸多细分环节,产业链各环节参与者不再满足于仅获取单一环节的利益,而是向上下游整合,分享产业链各环节收益。此外,通过多环节的整合,服务商亦能够以更加丰富的服务手段,满足客户的一站式服务需求,增强行业竞争力。

⑤ 运营商话费结算业务为增值电信业务打开了新的发展空间

运营商话费结算具有操作便捷、保障资金安全、支持离线状态等优势,操作便捷指用户可一键操作完成支付流程,电信运营商会后台直接划转话费账户余额,节省了用户关联其他资金账户,在其他支付平台进行验证的操作时间和步骤;保障资金安全指用户话费账户与银行卡等其他资金账户隔离,降低了用户发生误支付的资金损失风险;支持离线状态指话费支付基于通信网络实现,可以在没有互联网信号覆盖或者手机网络系统出现故障时使用。运营商话费结算功能丰富了话费用途,成为手机支付、手机音乐、手机视频、手机阅读等移动互联网产品及线下产品的一种便捷小额结算手段。根据全球电信行业权威研究机构Omdia,2019年全球运营商话费结算的业务规模达到135亿美元,预计2024年将达到270亿美元;根据全球领先的行业分析机构研究Research and Markets,2019年亚太地区运营商话费结算的业务规模达到113亿美元,预计2024年将达到216亿美元。未来运营商话费结算业务的市场空间巨大。

(2) 移动信息行业的发展情况

随着移动互联网和电子商务的广泛应用,以及国家对实名认证的要求,各行业对用户使用便捷、提升体验、信息确认等服务产生大量需求,而短信是目前移动信息即时通讯领域最为直接和便利的工具。此外,在新经济形态下,移动信息即时通讯已渗透到越来越多的经济活动中,如以电子商务、第三方支付、O2O服务、物流快递等为代表的互联网企业,基于本身业态特征,对移动信息即时通讯的需求持续增强。企业短信的应用场景不断增加,移动信息业务已成为企业发展不可或缺的一环。

近年来,我国移动信息业务规模持续上升。2010年以来,我国企业短信业务总量呈现上升趋势,除2014年因垃圾短信整治活动出现下滑外,其他年份均实现同比增长,2017年企业短信的业务总量为5,322亿条,较2016年增长11.57%。同时,在移动信息业务的拉动下,2018年我国移动短彩业务总量止跌回升,同比增长14%;2019年和2020年,我国移动短彩业务总量同比增长37.50%和18.10%,增速进一步加快。未来,移动信息业务将在企业的交易开展和客户服务业务中扮演越来越重要的角色,加之其与新经济业态的不断融合渗透,预计移动信息业务的规模将继续保持增长态势。

2010年-2021年中国移动短信和企业短信业务量

年份	中国移动短信	企业短信
2010	8,278	2,626
2011	8,790	3,416
2012	9,973	3,973
2013	6,617	4,803
2014	7,631	4,135
2015	4,286	4,776
2016	6,342	6,324
2017	7,574	6,426
2018	10,414	10,414
2019	12,299	12,299
2020	14,466	14,466
2021	20,233	20,233

数据来源:工信部,2010年至2021年《通信业统计公报》(注:2018年及以后未公布企业短信业务总量数据)

3) 移动营销行业的发展情况

近年来,移动营销日益普及和移动互联网生态的打通为移动营销带来了变革,先进技术对营销各个环节的介入将全面提升广告投放效率,使移动营销更为智能和高效,营销生态体系将更加透明;移动营销产业链各环节参与者的商业模式将更加清晰成熟,产业链整体日趋完善,以上因素共同推动移动营销行业规模实现快速增长。

根据艾瑞咨询统计数据显示,网络营销市场规模已由2013年的1,105.2亿元增长至2018年的8,444.0亿元,复合增长率维持在34%以上,同时移动端营销市场规模从2013年的133.7亿元增长至2018年的3,663.0亿元,复合增长率维持在93%以上。2018年我国移动端营销市场规模占总体网络营销的比例达到75.6%,预计2021年我国移动端营销市场规模占比将达到85.2%,作为核心力量引领网络营销行业的发展。

2013年-2021年中国网络广告及移动广告市场规模及预测

年份	网络广告市场规模(亿元)	移动广告市场规模(亿元)	移动广告占比
2013	11,052	133.7	12.1%
2014	14,440	243	17%
2015	18,700	457.4	24.5%
2016	24,100	1,105.2	45.7%
2017	31,200	2,430	78%
2018	8,444	6,342	75.0%
2019	11,100	8,278	82.9%
2020	14,466	10,414	83.4%
2021a	20,233	17,000	85.2%

数据来源:艾瑞咨询,《2018年中国移动营销行业洞察报告-产业篇》

综上,公司考虑自身主营业务、盈利能力、成长性、技术水平等情况,并结合同行业可比公司业务情况及相关财务数据,在参考了行业市盈率水平及同行业公司可比公司平均市盈率后确定本次发行价格,发行市盈率低于行业市盈率水平,发行定价具备合理性,定价原则具备谨慎性。

本次发行价格的确定主要依据截至2022年9月27日行业及可比公司的最近一个月静态平均市盈率情况,如本次发行价格对应市盈率超过正式披露招股说明书前交易日的行业近一个月静态平均市盈率,发行人与保荐机构(主承销商)将综合考虑发行人所处行业、市场情况,同行业公司上市公司估值水平,募集资金需求及承销风险等因素,协商一致调整发行价格,以满足发行市盈率不超过同行业公司二级市场平均市盈率的监管要求。

二、本次发行的基本情况

(一) 股票种类

本次发行的股票为境内上市人民币普通股(A股),每股面值为人民币1.00元。

(二) 发行数量

发行人和保荐机构(主承销商)协商确定本次发行新股数量为1,700万股,发行股份占本次发行前公司股份总数的比例为25.00%,全部为新股发行,无老股转让。其中网上发行数量1,700万股,占本次发行总量的100%,本次公开发行后总股本为6,800万股。本次发行全部为新股发行,不涉及原股东公开发售股份。

(三) 发行价格

发行人和保荐机构(主承销商)综合考虑发行人所处行业、市场情况,与发行人主营业务相近的同行业公司市值水平、募集资金需求及承销风险等因素,协商确定本次发行价格为34.78元/股。

(四) 募集资金

发行人本次发行新股1,700万股,本次发行不设老股转让,发行人本次发行的募投项目计划所需资金金额为44,425.74万元。根据本次公开发行34.78元/股,发行人预计募集资金总额为51,126.00万元,扣除发行费用约4,171.75万元(不含税)后,预计募集资金净额为46,954.25万元,超出募投项目计划所需资金净额部分将用于补充日常经营所需流动资金。

(五) 限售期安排

本次发行的股票无流通限制及限售期安排。

(六) 承销方式

余额包销。

(七) 拟上市地点

深圳证券交易所创业板。

(八) 本次发行的重要日期安排

日期	发行安排
2022年9月28日(周三)	刊登《创业板上市申请公告》《网上路演公告》披露《招股说明书》等相关公告。
2022年9月29日(周四)	T-1日:网上申购。
2022年9月30日(周五)	T日:网上发行申购日(9:15-11:30,13:00-15:00);网上申购缴款。
2022年10月1日(周一)	T+1日:刊登网上定价发行申购情况及中签率公告;网上发行摇号抽签。
2022年10月11日(周四)	T+2日:刊登网上定价发行摇号中签结果公告;网上中签投资者缴纳认购资金(投资者确保资金账户在T+2日持有足额的新股认购款)。
2022年10月12日(周五)	T+3日:保荐机构(主承销商)根据认购资金到账情况完成缴款包销。
2022年10月13日(周六)	T+4日:刊登网上定价发行摇号中签结果公告;保荐机构(主承销商)与发行人账户。
2022年10月14日(周日)	T+5日:本次发行结束。

注:1. T日为网上发行申购日,如遇重大突发事件影响本次发行,保荐机构(主承销商)将及时公告,修改本次发行日程。

三、网上申购安排

(一) 网上申购时间

本次发行网上申购时间为2022年9月30日(T日)9:15-11:30,13:00-15:00。网上投资者应当自主表达申购意愿,不得向任何证券公司进行新股申购,如发生重大突发事件或不可抗力因素影响本次发行,则申购当日通知

办理。

(二) 网上发行数量和交易所

本次网上发行通过深交所交易系统进行,网上发行数量为1,700万股,主承销商将在指定时间内(2022年9月30日9:15至11:30,13:00至15:00)将1,700万股“挖金客”股票投入在深交所指定的专用证券账户,作为该股票唯一卖方。

本次发行的发行价格为34.78元/股。网上申购投资者须按照本次发行价格进行申购。

(三) 申购简称和代码

本次网上发行的申购简称为“挖金客”,申购代码为“301380”。

(四) 网上投资者申购资格

在中国结算深圳分公司开立证券账户并开通创业板交易权限,且在2022年9月28日(T-2日)前2个交易日(含T-2日)日均持有深圳市场非限售A股股份和非限售存量市值一定市值的投资者(含中华人民共和国法律、法规和交易所须遵守的其他监管要求所禁止者除外)均可通过深交所交易系统申购本次网上发行的股票,其中自然人需根据《深圳证券交易所创业板投资者适当性管理实施办法(2020年修订)》等规定已开通创业板市场交易(国家法律、法规禁止者除外)。